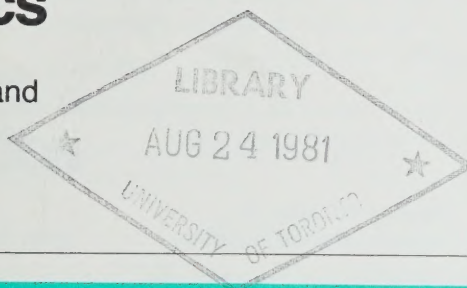


Culture statistics

Newspapers and
periodicals

1979



Statistiques de la culture

Journaux et
périodiques

1979

Note

This and other government publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores or by mail order.

Mail orders should be sent to Publications Distribution, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7, or to Publishing Centre, Supply and Services Canada, Ottawa, K1A 0S9.

Inquiries about this publication should be addressed to:

Analysis Section,
Culture Sub-division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (telephone: 593-6862) or to a local Advisory Services office:

St. John's (Nfld.)	(737-4073)
Halifax	(426-5331)
Montréal	(283-5725)
Ottawa	(992-4734)
Toronto	(966-6586)
Winnipeg	(949-4020)
Regina	(359-5405)
Edmonton	(420-3027)
Vancouver	(666-3695)

Toll-free access to the regional statistical information service is provided in Nova Scotia, New Brunswick, and Prince Edward Island by telephoning 1-800-565-7192. Throughout Saskatchewan, the Regina office can be reached by dialing 1(112)800-667-3524, and throughout Alberta, the Edmonton office can be reached by dialing 1-800-222-6400.

Nota

On peut se procurer cette publication, ainsi que toutes les publications du gouvernement du Canada, auprès des agents autorisés locaux, dans les librairies ordinaires ou par la poste.

Les commandes par la poste devront parvenir à Distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7, ou à Imprimerie et édition, Approvisionnements et services Canada, Ottawa, K1A 0S9.

Toutes demandes de renseignements sur la présente publication doivent être adressées à:

Section de l'analyse,
Sous-division de la culture,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 593-6862) ou à un bureau local des Services consultatifs situé aux endroits suivants:

St. John's (T.-N.)	(737-4073)
Halifax	(426-5331)
Montréal	(283-5725)
Ottawa	(992-4734)
Toronto	(966-6586)
Winnipeg	(949-4020)
Regina	(359-5405)
Edmonton	(420-3027)
Vancouver	(666-3695)

On peut obtenir une communication gratuite avec le service régional d'information statistique de la Nouvelle-Écosse, du Nouveau-Brunswick et de l'Île-du-Prince-Édouard en composant 1-800-565-7192. En Saskatchewan, on peut communiquer avec le bureau régional de Regina en composant 1(112)800-667-3524 et en Alberta, avec le bureau d'Edmonton au numéro 1-800-222-6400.

Statistics Canada
Education, Science and Culture Division

Culture statistics

Newspapers and
periodicals

1979

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

© Minister of Supply
and Services Canada 1981

June 1981
4-2223-521

Price: Canada, \$4.50
Other Countries, \$5.40

Catalogue 87-625

ISSN 0706-7518

Ottawa

Statistique Canada
Division de l'éducation, des sciences et
de la culture

Statistiques de la culture

Journaux et
périodiques

1979

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1981

Juin 1981
4-2223-521

Prix: Canada, \$4.50
Autres pays, \$5.40

Catalogue 87-625

ISSN 0706-7518

Ottawa

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- † revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- † nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

Table of Contents

	Page
Introduction	5
Daily Newspapers	7
Non-daily Newspapers	13
Periodicals	19

Table des matières

	Page
Introduction	5
Les quotidiens	7
Les non-quotidiens	13
Les périodiques	19



Digitized by the Internet Archive
in 2024 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/39032004010292>

Introduction

This report is part of a series published by the Culture Sub-division of Statistics Canada. It is a part of the Cultural Statistics Programme which was established in co-operation with the Department of the Secretary of State to provide a base of information which would be of use to policy makers, administrators, researchers and members of the general public.

At present the programme comprises 14 projects:

- book publishing
- book distribution
- newspapers and periodicals
- film
- radio and television
- performing arts
- sound recording industry
- libraries
- museums
- other cultural facilities
- artists
- cultural and leisure activities of Canadians
- arts education
- cultural expenditures

Publication of survey results takes two major forms. Preliminary data are released with brief summaries through the series of service bulletins entitled *Culture Statistics* (Catalogue 87-001). The first issue of this series (Vol. 1, No. 1, May 1978) contains a detailed description of the Cultural Statistics Programme and is available on request from the Education, Science and Culture Division of Statistics Canada. Final results with analysis are released later in publications such as the present volume.

This publication was written by Renée Langlois of the Analysis Section, Culture Sub-division, with the editorial assistance of Michel Frève. Your comments or suggestions will be well received.

Introduction

La présente publication fait partie d'une série de documents publiés par la Sous-division de la culture dans le cadre du programme de statistique de la culture. Ce programme a été établi avec la collaboration du Secrétariat d'État afin de produire des données de base à l'intention des responsables politiques, des administrateurs, des chercheurs et du public.

À l'heure actuelle, le programme porte sur 14 sujets:

- l'édition du livre
- la diffusion du livre
- les journaux et les périodiques
- le film
- la radio et la télévision
- les arts d'interprétation
- l'industrie du disque
- les bibliothèques
- les musées
- les autres établissements culturels
- les artistes
- les activités culturelles et récréatives des Canadiens
- l'éducation et les arts
- les dépenses au titre de la culture

La publication des résultats d'enquête revêt deux formes principales. Les données provisoires paraissent, accompagnées de sommaires, dans les bulletins de service portant le titre *Statistiques de la culture* (n° 87-001 au catalogue). On peut se procurer la première livraison de cette série (vol. 1, n° 1, mai 1978), qui renferme une description détaillée du programme de statistique de la culture, en s'adressant à la Division de l'éducation, des sciences et de la culture de Statistique Canada. Les résultats définitifs et les analyses sont présentées ultérieurement dans les publications comme celle-ci.

Cette publication a été rédigée par Renée Langlois de la section de l'Analyse, Sous-division de la culture, avec la collaboration éditoriale de Michel Frève. Vos commentaires ou suggestions seront bien reçus.

DAILY NEWSPAPERS

The number of daily newspapers published in Canada decreased from 127 in 1978 to 126 in 1979. This net decrease of one is actually the result of four closures and three births. The Whitehorse *Northern Times*, the *News* (Roblin, Man.), the *Montreal Star* and the *Il Ponte* (an Italian-language paper published in Montréal) folded and three formerly weekly publications became dailies: the *Lloydminster Daily Times*, the *Peace River Block News* (Dawson Creek) and the *Bedford-Sackville News*. There were no births of "new" dailies per se since these three publications already existed.

Daily newspaper circulation was 5.4 million copies in 1979, down slightly (3.2%) from the previous year. Since the total circulation decreased from 1978 to 1979, the average circulation also decreased slightly by 1,100 copies or 2.5%.

As indicated in Text Table I, daily newspaper circulation increased in every province except Quebec. Alberta recorded the smallest increase (1.8%) and Saskatchewan the largest increase (14.4%). Despite these general increases across the country, national daily newspaper circulation decreased by 3.2% mainly due to the 23.4% drop in circulation in Quebec.

TEXT TABLE I. Daily Newspapers, Change in Total Daily Circulation by Province, 1978 - 79

TABLEAU EXPLICATIF I. Variation du tirage journalier des quotidiens selon la province, 1978 - 79

Province	Number of dailies		Total daily circulation		Per cent change
	Nombre de quotidiens		Tirage total journalier		Variation en pourcentage
	1978	1979	1978	1979	
			thousands – milliers		%
Newfoundland – Terre-Neuve	3	3	53.7	55.6	3.5
Prince Edward Island – Île-du-Prince-Édouard	3	3	32.0	33.3	4.1
Nova Scotia – Nouvelle-Ecosse	6	7	178.5	192.3	7.7
New Brunswick – Nouveau-Brunswick	6	6	145.7	154.9	6.3
Québec	14	11	1,375.3	1,053.5	- 23.4
Ontario	50	50	2,284.0	2,305.7	1.0
Manitoba	9	8	286.0	291.7	2.0
Saskatchewan	4	5	138.8	158.8	14.4
Alberta	9	9	455.8	464.0	1.8
British Columbia – Colombie-Britannique	22	23	579.5	639.3	10.3
Yukon	1	1	4.3	5.0	16.3
Total	127	126	5,533.6	5,354.0	- 3.2

The per 1,000 population circulation, as indicated in Text Table II, ranges from a low of 97 to a high of 283 copies in Newfoundland and Manitoba respectively. This would seem to indicate that daily news-

LES QUOTIDIENS

Le nombre de quotidiens publiés au Canada est passé de 127 en 1978 à 126 en 1979. Cette diminution nette d'un quotidien est en réalité le résultat de quatre disparitions et de trois créations. Les disparitions incluent celle du *Northern Times* de Whitehorse, du *The News* de Roblin (Man.) du *Montreal Star* et du *Il Ponte* (quotidien d'expression italienne de Montréal). Trois publications sont passées d'un horaire de parution hebdomadaire à un horaire quotidien: le *Daily Times* de Lloydminster, le *Peace River Block News* (Dawson Creek) et le *Bedford-Sackville News*. Il n'y a donc pas eu de créations comme telles puisque ces trois "nouvelles" publications existaient déjà.

Le tirage journalier s'est chiffré à 5.4 millions d'exemplaires en 1979, soit une légère diminution de 3.2 % par rapport à l'année dernière. Puisque le tirage total a diminué de 1978 à 1979, le tirage moyen a également accusé une légère baisse de 1,100 exemplaires, ou de 2.5 %.

Comme l'indique le tableau explicatif I, chaque province a marqué une augmentation de son tirage, sauf le Québec. L'Alberta a démontré la plus légère augmentation, 1.8 %, tandis que la Saskatchewan a enregistré la plus forte, 14.4 %. Malgré ces augmentations généralisées à travers le pays, le tirage national a diminué de 3.2 % et ceci est dû au tirage du Québec qui a plongé de 23.4 %.

Le tirage par 1,000 habitants, tel qu'indiqué au tableau explicatif II, s'échelonne à partir de 97 exemplaires par 1,000 habitants à Terre-Neuve jusqu'à un maximum de 283 au Manitoba. Il semblerait donc que, comme source d'infor-

papers as a source of information are slightly less popular in Newfoundland than in the other provinces. On the other hand, residents of Newfoundland purchase more non-daily newspapers than dailies. In Quebec, the per 1,000 population circulation decreased from 218 copies in 1978 to 168 in 1979. The simultaneous decrease in total circulation and per 1,000 population circulation in Quebec may be due to a combination of factors but especially to the closure of the two Montréal dailies mentioned earlier. Also, as the non-daily newspaper section will show, Quebecers are strongly attached to and make much use of the weekly weekend newspapers.

mation et de renseignements, les journaux quotidiens sont légèrement moins utilisés par les habitants de Terre-Neuve que par ceux des autres provinces. Par contre, les habitants de Terre-Neuve utilisent plus les journaux non-quotidiens que les journaux quotidiens. Au Québec, le tirage par 1,000 habitants a diminué depuis l'année précédente, alors qu'il était de 218 exemplaires par 1,000 habitants, jusqu'à 168 en 1979. Ces deux baisses parallèles au Québec, dans le tirage total et le tirage par 1,000 habitants, peuvent résulter de plusieurs facteurs, mais doit être en partie attribuable à la disparition des deux quotidiens montréalais soulignée plus haut. De plus, comme il est indiqué à la section des journaux non-quotidiens, les Québécois sont très attachés aux hebdomadaires de fin de semaine et en font une grande utilisation.

TEXT TABLE II. Daily Newspapers, Daily Circulation Analysis by Province, 1979

TABLEAU EXPLICATIF II. Journaux quotidiens; analyse du tirage journalier selon la province, 1979

Province	Population	Number of dailies	Total circulation	Average circulation	Circulation per 1,000 population
		Nombre de quotidiens	Tirage total	Tirage moyen	Tirage par 1,000 habitants
	thousands		thousands		number
	milliers		milliers		nombre
Newfoundland - Terre-Neuve	573.7	3	55.6	18.5	97
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	123.0	3	33.3	11.1	271
Nova Scotia - Nouvelle-Ecosse	847.7	7	192.3	27.5	227
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	700.9	6	154.9	25.8	221
Québec	6,283.7	11	1,053.5	95.8	168
Ontario	8,503.3	50	2,305.7	46.1	271
Manitoba	1,032.0	8	291.7	36.5	283
Saskatchewan	959.0	5	158.8	31.8	166
Alberta	2,012.5	9	464.0	51.6	231
British Columbia - Colombie-Britannique	2,569.9	23	639.3	27.8	249
Yukon	21.7	1	5.0	5.0	231
Total	23,627.4	126	5,354.0	42.5	227

Canadian daily newspapers are published in four languages. These are, in descending order of market size: English, French, Chinese and Italian. Text Table III shows the distribution of daily newspapers by language. In 1979, English-language daily newspapers made up 82% of the total circulation, French-language dailies, 17% and Chinese and Italian dailies, 1%. The gap between the English-language and the French-language circulation appears to be widening: the English/French ratio in 1978 was 78% to 20%. The ratio of circulation in a given language over total circulation should be analyzed in relation to the total number of daily newspapers. For example, English-language dailies make up 86% of the total number of daily newspapers in Canada but account for only 82% of the total circulation. On the other hand, French-language daily newspapers represent 9% of all dailies but make up 17% of the total

Les quotidiens canadiens sont publiés en quatre langues, soit (en ordre d'importance du marché) l'anglais, le français, le chinois et l'italien. Le tableau explicatif III illustre la répartition du tirage selon la langue. En 1979, les quotidiens d'expression anglaise recueillaient 82 % du tirage total, les quotidiens d'expression française, 17 % et les quotidiens chinois et italiens en attiraient 1 %. Il semble donc que l'écart entre le pourcentage du tirage en langue anglaise et celui du tirage en langue française s'élargit; en 1978, le rapport anglais/français était de 78 % à 20 %. Les proportions du tirage total que représentent le tirage dans une langue donnée ne devraient pas être considérées seules, mais être analysées en relation avec le nombre total de quotidiens. Ainsi les quotidiens de langue anglaise forment 86 % de l'ensemble des quotidiens au pays, mais leur tirage compte pour 82 % du tirage total. Quant aux quotidiens d'expression française, leur nombre représente 9 % de tous les quotidiens, mais ils s'approprient 17 % du tirage total. Les quotidiens de

circulation. Foreign-language daily newspapers make up 5% of the total number of daily newspapers but account for only 0.9% of the total circulation. Therefore, all things considered, French-language daily newspapers are the ones which have the largest circulation. English-language daily newspapers have an average circulation of 40,100 copies per issue, French-language dailies 85,400 and foreign-language dailies 7,800. Two of the 11 French-language daily newspapers are published outside Quebec: *Le Droit* of Ottawa and *L'Évangéline* of Moncton. Vancouver has three Chinese daily newspapers and Toronto publishes one Italian and two Chinese dailies.

langues étrangères forment 5 % du nombre total, mais attirent seulement 0.9 % de l'ensemble du tirage. Donc, toute proportion gardée, ce sont les quotidiens d'expression française qui s'approprient le plus grand tirage. Le tirage moyen des quotidiens d'expression anglaise se chiffre à 40,100 exemplaires par numéro; pour les quotidiens d'expression française, le tirage moyen est de 85,400 exemplaires, alors que pour ceux en d'autres langues, il atteint 7,800 exemplaires. Des 11 quotidiens d'expression française, deux sont publiés à l'extérieur du Québec: il s'agit du *Le Droit* d'Ottawa et de *L'Évangéline* de Moncton. Vancouver compte trois quotidiens d'expression chinoise, alors que Toronto en regroupe deux chinois et un italien.

TEXT TABLE III. Daily Newspapers, Daily Circulation by Province and Language, 1979

TABLEAU EXPLICATIF III. Répartition du tirage journalier des quotidiens selon la province et la langue, 1979

Province or territory Province ou territoire	Language — Langue				Total
	English Anglais	French Français	Italian Italien	Chinese Chinois	
	thousands — milliers				
Newfoundland — Terre-Neuve	55.6	—	—	—	55.6
Prince Edward Island — Île-du-Prince-Édouard	33.3	—	—	—	33.3
Nova Scotia — Nouvelle-Écosse	192.3	—	—	—	192.3
New Brunswick — Nouveau-Brunswick	136.9	18.0	—	—	154.9
Québec	180.7	872.8	—	—	1,053.5
Ontario	2,217.4	49.0	29.9	9.3	2,305.7
Manitoba	291.7	—	—	—	291.7
Saskatchewan	158.8	—	—	—	158.8
Alberta	464.0	—	—	—	464.0
British Columbia — Colombie-Britannique	631.6	—	—	7.6	639.2
Yukon	5.0	—	—	—	5.0
Total	4,367.3	939.8	29.9	16.9	5,354.0

Text Table IV lists the 13 Canadian daily newspapers whose weekly circulation exceeds 100,000 and shows the growth of their circulation from 1978 to 1979. As a whole, their circulation increased by 6.2% in one year. In 1978, these major daily newspapers made up 46.3% of the national circulation. In 1979, this percentage grew to 50.8%, a net increase of 4.5%. These large dailies appear to be gaining market strength at the expense of the smaller dailies.

It should be noted that these dailies are published in large metropolitan areas of over 275,000 population. For example, Toronto commands 18.4% of the national circulation with three English-language dailies. The daily newspaper industry is therefore flourishing in the larger cities. The distribution of daily newspapers by metropolitan area is shown in Text Table V. It is immediately apparent that per capita circulation is much higher in urban areas

Le tableau explicatif IV fait la liste des 13 quotidiens canadiens dont le tirage journalier en semaine dépasse 100,000 exemplaires, et indique la croissance de leur tirage de 1978 à 1979. De façon générale, le tirage de ces quotidiens a augmenté de 6.2 % en une année. De plus, en 1978 ces grands quotidiens accaparaient 46.3 % du tirage national. En 1979, ce pourcentage est passé à 50.8 %, une nette augmentation de 4.5 %. Ces grands quotidiens semblent donc prendre de plus en plus d'emprise sur le marché, et ceci au détriment des quotidiens à tirage plus restreint.

Soulignons le fait que ces quotidiens sont tous publiés dans des régions métropolitaines importantes, la plus petite ayant une population de plus de 275,000 personnes. La seule ville de Toronto, avec ses trois quotidiens d'expression anglaise, commande 18.4 % du tirage de tout le pays. L'industrie des journaux quotidiens est donc florissante dans les grandes villes. Le tableau explicatif V présente la répartition du tirage des quotidiens par région métropolitaine. Il est immédiatement apparent, et ceci se retrouve dans chaque

and this holds true in all the provinces. The per 1,000 population circulation averages 342 copies in urban centres and drops to 89 in rural areas. Rural areas seem to prefer non-daily newspapers which have a per 1,000 population circulation of 433 (refer to non-daily newspaper section for more details).

province, que le tirage par habitant est beaucoup plus élevé dans les villes qu'à l'extérieur. La moyenne pour le pays est de 342 exemplaires par 1,000 habitants dans les centres urbains, et tombe à 89 exemplaires par 1,000 habitants à l'extérieur des villes. Les résidents de l'extérieur des villes semblent utiliser un peu plus les journaux non quotidiens; leur tirage est de 433 exemplaires par 1,000 habitants (se référer à la section des non-quotidiens pour plus de détails).

TEXT TABLE IV. Change in Daily Circulation (Week-days) of Largest Dailies, 1978 - 79

TABLEAU EXPLICATIF IV. Variation du tirage journalier (en semaine) des plus grands quotidiens, 1978 - 79

Daily newspaper Quotidien	Circulation Tirage		Per cent change Variation en pour- centage	Percentage of total circulation Pourcentage du tirage total	
	1978	1979		1978	1979
	thousands - milliers		per cent - pourcentage		
The Toronto Star	491.5	505.8	2.9	8.9	9.3
The Toronto Globe & Mail	259.7	275.8	6.2	4.7	5.2
Le Journal de Montréal	275.6	307.0	11.4	5.0	5.7
The Vancouver Sun	240.5	249.7	3.8	4.3	4.6
The Toronto Sun	164.5	205.7	25.0	3.0	3.8
The Edmonton Journal	175.3	180.0	2.7	3.2	3.3
La Presse (Montréal)	167.8	178.4	6.3	3.0	3.3
The Winnipeg Free Press	138.8	152.1	9.6	2.5	2.8
The Hamilton Spectator	142.9	145.3	1.7	2.6	2.7
The Calgary Herald	122.2	132.4	8.3	2.2	2.4
The London Free Press	131.6	131.5	- 0.1	2.4	2.4
Le Soleil (Québec)	136.5	130.1	- 4.7	2.5	2.4
The Ottawa Citizen	115.2	126.1	9.5	2.1	2.3
Total	2,562.1	2,719.9	6.2	46.3	50.8

Two of the large circulation dailies, the *Toronto Sun* and *Le Journal de Montréal*, are tabloids. This type of daily seems to be particularly popular: the tabloids which represent only 3.1% of all dailies account for 13% of the total circulation. A list of Canadian tabloids is provided in Text Table VI along with their circulation in 1978 and 1979 and the percentage change in their circulation between 1978 and 1979. Judging from the general increase of 7.1% in one year, this type of daily appears to be gaining popularity.

Deux des quotidiens à grand tirage, le *Toronto Sun* et le *Journal de Montréal*, sont des tabloïds. Ce genre de quotidien semble être particulièrement populaire puisque les tabloïds, qui ne constituent que 3.1 % de tous les quotidiens, s'approprient 13 % du tirage total. Le tableau explicatif VI présente les tabloïds canadiens, leur tirage pour 1978 et 1979 et leur taux de variation entre ces deux années. Ce format de quotidien semble devenir de plus en plus populaire, si on en juge par l'augmentation générale de 7.1 % en une année.

According to Maclean-Hunter estimates, daily newspaper advertising revenue was \$836 million in 1979, up 9% from 1978. Text Table VII summarizes the Maclean-Hunter advertising revenue estimates for daily newspapers, non-daily newspapers and periodicals. Daily newspapers carry 60% of all advertising in the written media. Because they are published every day, the dailies can serve the same

La société Maclean-Hunter estime qu'en termes de publicité, les recettes des quotidiens ont atteint \$836 millions en 1979, une augmentation de 9 % par rapport à l'année 1978. Le tableau explicatif VII résume les recettes au titre de la publicité des journaux quotidiens et non-quotidiens, et des périodiques, telles qu'estimées par Maclean-Hunter. Les journaux quotidiens véhiculent 60 % de toute la publicité attribuée aux médias écrits. Puisqu'ils sont publiés à

TEXT TABLE V. Breakdown of Daily Newspapers Per Capita Circulation by Metropolitan Areas, 1979

TABLEAU EXPLICATIF V. Répartition du tirage par habitant des quotidiens selon les régions métropolitaines, 1979

Province and metro area	Circulation per 1,000 population
Province et région métropolitaine	Tirage par 1,000 habitants
Newfoundland – Terre-Neuve:	
St. John's	314
Outside metro area – À l'extérieur de la région métropolitaine	22
Total	97
Prince Edward Island – Île-du-Prince-Édouard:	
Total	271
Nova Scotia – Nouvelle-Écosse:	
Halifax	503
Outside metro area – À l'extérieur de la région métropolitaine	96
Total	227
New Brunswick – Nouveau-Brunswick:	
St. John	586
Outside metro area – À l'extérieur de la région métropolitaine	147
Total	221
Québec:	
Chicoutimi - Jonquière	185
Montréal	247
Québec	398
Outside metro areas – À l'extérieur des régions métropolitaines	41
Total	168
Ontario:	
Hamilton	270
Kitchener	293
London	478
Oshawa	167
Ottawa - Hull	328
St. Catharines	211
Sudbury	226
Thunder Bay	291
Toronto	378
Windsor	367
Outside metro areas – À l'extérieur des régions métropolitaines	132
Total	271
Manitoba:	
Winnipeg	438
Outside metro area – À l'extérieur de la région métropolitaine	75
Total	283
Saskatchewan:	
Regina	418
Saskatoon	378
Outside metro areas – À l'extérieur des régions métropolitaines	57
Total	166
Alberta:	
Calgary	336
Edmonton	367
Outside metro areas – À l'extérieur des régions métropolitaines	79
Total	231
British Columbia – Colombie-Britannique:	
Vancouver	372
Victoria	366
Outside metro areas – À l'extérieur des régions métropolitaines	103
Total	249
Yukon:	
Total	231
Canada:	
Metro areas – Régions métropolitaines	342
Outside metro areas – À l'extérieur des régions métropolitaines	89
Total	230

advertise several times and/or several advertisers at the same time. Also, the market is assured daily and in the long run, the circulation of daily newspapers exceeds that of non-daily newspapers and periodicals. The largest market is the one which attracts the most advertising.

tous les jours, les quotidiens peuvent accommoder le même annonceur plusieurs fois ou plusieurs annonceurs à la fois. De plus, le marché est assuré de jour en jour et à la longue le tirage des quotidiens dépasse celui des non-quotidiens et des périodiques. C'est donc le marché le plus important qui attire le plus de publicité.

TEXT TABLE VI. Change in Tabloid Daily Circulation, 1978 - 79

TABLEAU EXPLICATIF VI. Variation du tirage journalier des tabloïds, 1978 - 79

Tabloid Tabloïd	Daily circulation Tirage journalier		Percentage change
	1978	1979	Variation en pourcentage
	thousands		per cent
	milliers		pourcentage
Journal de Montréal	274.7	300.6	9.4
Toronto Sun	188.2	227.6	20.9
Journal de Québec	114.7	92.4	- 19.5
Calgary Albertan	41.7	43.0	3.1
Edmonton Sun	36.2	38.4	6.0
Total	655.6	701.9	7.1

TEXT TABLE VII. Total Advertising Revenues for All Newspapers and Periodicals, 1979

TABLEAU EXPLICATIF VII. Recettes au titre de la publicité pour tous les journaux et périodiques, 1979

	Revenues ¹	Per cent of total	Change since 1978
	Recettes ¹	Pourcentage du total	Variation depuis 1978
	\$'000,000	per cent - pourcentage	
Daily newspapers - Journaux quotidiens	836.0	60	9.0
Non-daily newspapers - Journaux non-quotidiens	142.0	10	10.9
Periodicals - Périodiques	420.6	30	15.4
Total	1,398.6	100	11.0

¹ Maclean-Hunter Research Bureau's estimates.

¹ Estimations du Bureau de recherche de la société Maclean-Hunter.

NON-DAILY NEWSPAPERS

The non-daily press in Canada is made up of three types of publications: community newspapers, student newspapers and weekend tabloids.

Community newspapers are usually published on a weekly basis although some are published twice a week and others, twice a month. Approximately 10% of community newspapers (123 publications) are published in a language other than English or French and serve the ethnic groups of the country. The rest are published in English or French and a small number (4%) are bilingual. In general, community newspapers serve two types of communities: small urban centres or rural communities, and specific minorities or ethnic groups in large urban centres.

As their name indicates, student newspapers are published by universities and colleges across the country. Frequency of publication can vary considerably from twice a month to three times a week depending on the size of the campus and the metropolitan area where it is located.

Of the 14 weekend tabloids published in Canada, only one is in English; all the others are in French. These tabloids come in two formats: newspapers and sensationalistic tabloids.

Although the CARD index lists 1,542 non-daily newspapers in Canada, only 1,270 reported their circulation. The text tables are therefore based on the figures reported by the 1,270 non-dailies.

Text Table VIII presents the 1979 figures on non-daily newspapers. For purposes of comparison, community newspapers were divided into two categories: English- and French-language community newspapers and the ethnic press in other languages.

An examination of average circulation figures clearly indicates that weekend tabloids have the largest readership compared to the other non-dailies. Their average circulation of 79,100 copies per issue is almost six times larger than the second most popular non-daily, the student newspapers which have an average circulation of 13,400. The ethnic press comprised of 123 newspapers published an average of 9,400 copies per issue. This figure is slightly higher than the average circulation of community newspapers (9,300) which number 1,041. Therefore, the community press, whether it be English, French or other, attracts proportionately the same number of readers. The French-language weekend tabloids are the most popular with an average circulation of 81,200 copies per issue compared to 51,400 for the English-language weekend tabloid.

LES NON-QUOTIDIENS

Trois genres de publication forment l'ensemble de la presse non quotidienne au Canada: les journaux locaux, les journaux étudiants et les tabloïds de fin de semaine.

Les journaux locaux paraissent habituellement selon un horaire hebdomadaire, mais certains sont publiés deux fois par semaine et d'autres, deux fois par mois. Environ 10 % des journaux locaux (soit 123 publications) sont publiés en langues autres que l'anglais ou le français et desservent les groupes ethniques du pays. Le reste est publié en anglais ou en français, et un petit nombre de publications (4 %) sont bilingues. En général, les journaux locaux desservent deux genres de communautés: soit une petite agglomération urbaine ou communauté rurale, soit un groupe minoritaire ou ethnique donné dans un grand centre urbain.

Les journaux étudiants, comme le nom l'indique, proviennent des campus universitaires et collégiaux à travers le pays. Leur fréquence de publication est très variable, allant de deux fois par mois jusqu'à trois fois par semaine. Les facteurs déterminant la fréquence de publication semblent être la taille du campus et la région métropolitaine dans laquelle il est situé.

Les tabloïds de fin de semaine sont au nombre de 14; seulement un d'entre eux est publié en anglais et les autres sont tous d'expression française. Ils sont représentés par deux genres de publication: le journal de nouvelles et le journal à sensation.

Le CARD dénombre 1,542 publications non quotidiennes au Canada. Seulement 1,270 d'entre elles ont rapporté leur tirage; les tableaux de ce texte utilisent donc les données fournies par ces 1,270 non-quotidiens.

Le tableau explicatif VIII présente les données relatives aux non-quotidiens pour l'année 1979. Pour fins de comparaison, les journaux locaux ont été divisés en deux groupes: les journaux locaux anglais et français, et les journaux publiés en d'autres langues, composant ainsi la presse ethnique.

En examinant les tirages moyens, on note que les tabloïds de fin de semaine ont aisément le plus grand auditoire, comparativement aux autres non-quotidiens. Leur tirage moyen de 79,100 exemplaires par numéro est presque six fois plus élevé que le tirage moyen des journaux étudiants, ceux-ci venant au deuxième rang en termes de popularité des non-quotidiens avec un tirage moyen de 13,400 exemplaires. La presse ethnique, avec ses 123 journaux, atteint un tirage moyen de 9,400 exemplaires par numéro. Ce chiffre est légèrement supérieur au tirage moyen de 9,300 des journaux locaux, dont le nombre atteint 1,041. Donc, la presse locale, qu'elle soit d'expression anglaise, française ou autre, attire proportionnellement le même nombre de lecteurs. Ce sont surtout les tabloïds francophones qui sont populaires; leur tirage moyen est de 81,200 exemplaires alors que le tabloïd anglophone tire à 51,400 exemplaires par numéro.

TEXT TABLE VIII. Non-dailies, Total and Average Circulations by Category and Language, 1979

TABLEAU EXPLICATIF VIII. Non-quotidiens, tirages total et moyen selon la catégorie et la langue, 1979

	English Anglais			French Français			Bilingual (English – French) Bilingue (anglais – français)		
	Number of non-dailies	Total circulation	Average circulation	Number of non-dailies	Total circulation	Average circulation	Number of non-dailies	Total circulation	Average circulation
	Nombre de non-quotidiens	Tirage total	Tirage moyen	Nombre de non-quotidiens	Tirage total	Tirage moyen	Nombre de non-quotidiens	Tirage total	Tirage moyen
	thousands – milliers			thousands – milliers			thousands – milliers		
Local newspapers – Journaux locaux	850	6,770.6	8.0	143	2,009.6	14.1	48	884.3	18.4
Student newspapers – Journaux étudiants	85	1,049.8	12.4	4	134.1	33.5	2	49.3	24.7
Weekend tabloids – Tabloïds de fin de semaine	1	51.4	51.4	13	1,055.4	81.2	–	–	–
Ethnic press – Presse ethnique	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Total	936	7,871.8	8.4	160	3,199.6	20.0	50	933.6	18.7
Other									
Autres									
Total									
	Number of non-dailies	Total circulation	Average circulation	Number of non-dailies	Total circulation	Average circulation	Number of non-dailies	Total circulation	Average circulation
	Nombre de non-quotidiens	Tirage total	Tirage moyen	Nombre de non-quotidiens	Tirage total	Tirage moyen	Nombre de non-quotidiens	Tirage total	Tirage moyen
	thousands – milliers			thousands – milliers			thousands – milliers		
Local newspapers – Journaux locaux	–	–	–	–	1,041	9,664.5	–	–	–
Student newspapers – Journaux étudiants	1	2.0	2.0	–	92	1,235.2	–	–	–
Weekend tabloids – Tabloïds de fin de semaine	–	–	–	–	14	1,106.8	–	–	–
Ethnic press – Presse ethnique	123	1,156.8	9.4	–	123	1,156.8	–	–	–
Total	124	1,158.8	9.3	–	1,270	13,163.3	–	–	10.4

Weekend tabloids are not the only popular newspapers among Francophones. All the French-language non-dailies have a larger circulation than the English- or foreign-language non-dailies. The average circulation for French-language non-daily newspapers is 20,000, much larger than the national average of 10,400. According to these figures, non-daily newspapers are less popular than daily newspapers among Anglophones. English-language non-dailies had an average circulation of 8,400 compared to bilingual and foreign-language non-dailies which had a higher circulation of 18,700 and 9,300 respectively.

It would be useful to determine the percentage represented by the number of non-daily newspapers published in a specific language on the total number of non-dailies. English-language non-dailies represent 73% of all non-dailies but only 60% of the total circulation. French-language non-dailies represent 13% of the total and 24% of the national circulation. Bilingual non-dailies represent 4% of all non-dailies and 7% of the total circulation. Finally, ethnic non-dailies represent 10% of the total non-daily press and 9% of the total circulation. Therefore,

Ce ne sont pas seulement les tabloïds de fin de semaine qui sont populaires chez les francophones. Tous les genres de non-quotidien d'expression française ont un tirage plus élevé que ceux publiés en anglais ou en d'autres langues. Le tirage moyen par non-quotidien d'expression française est de 20,000, de beaucoup supérieur au tirage moyen national de 10,400. Si l'on se base sur ces chiffres de tirage moyen, on pourrait conclure que contrairement aux quotidiens, les non-quotidiens sont moins importants auprès des anglophones; les publications d'expression anglaise ont un tirage moyen de 8,400 exemplaires alors que les non-quotidiens bilingues et en d'autres langues ont un tirage plus élevé, soit de 18,700 et de 9,300 respectivement.

Il serait utile d'examiner quel pourcentage du nombre total représentent les journaux non quotidiens rédigés dans une langue donnée. Ainsi, ceux de langue anglaise représentent 73 % de tous les non-quotidiens, mais leur tirage ne compte que pour 60 % du tirage total. Les non-quotidiens d'expression française forment 13 % du total; cependant, leur tirage constitue 24 % du tirage national. Les publications bilingues, représentant 4 % de tous les non-quotidiens, s'approprient ainsi 7 % du tirage. Enfin, les non-quotidiens ethniques représentent 10 % de la presse non quotidienne totale, et leur tirage compte pour 9 % du tirage total. Donc,

French-language non-dailies have a larger readership than any other non-daily published in another language, which confirms the average circulation figures.

toute proportion gardée, les non-quotidiens d'expression française attirent une clientèle plus vaste que ceux rédigés en d'autres langues, ce que confirme les données des tirages moyens.

TEXT TABLE IX. Distribution of the Ethnic Press by Language, 1979

TABLEAU EXPLICATIF IX. Répartition de la presse ethnique par langues, 1979

Language	Average circulation per issue
Langue	Tirage moyen par numéro
	thousands – milliers
Italian – Italien	552.9
Bilingual (other than official languages) – Bilingue (autres que langues officielles)	89.5
German – Allemand	61.8
Ukrainian – Ukrainien	52.4
Portuguese – Portugais	50.4
Hebrew – Hébreux	35.5
Greek – Grec	33.9
Dutch – Hollandais	33.1
Hungarian – Hongrois	31.7
Urdu – Ourdou	29.0
Serbo-croatian – Serbo-croate	27.3
Pakistani – Pakistanais	26.0
Arab – Arabe	24.0
Polish – Polonais	20.0
Punjabi – Punjabi	19.0
Spanish – Espagnol	9.9
Lithuanian – Lithuanien	7.9
Estonian – Estonien	7.4
Korean – Coréen	7.3
Japanese – Japonais	7.1
Slovak – Slovaque	4.5
Swedish – Suédois	4.4
Icelandic – Islandais	4.3
Finnish – Finlandais	3.9
Danish – Danois	3.9
Hindu – Hindi	3.0
Gujarati	2.8
Latvian – Latvien	2.7
Bulgarian – Bulgare	1.5
Norwegian – Norvégien	1.5
Belorussian – Biélorusse	1.1
Chinese – Chinois	..

Note: None of the 10 chinese non-dailies reported their circulation figures to CARD.

Nota: Aucun des 10 non-quotidiens chinois n'a rapporté son tirage au CARD.

A large number of non-dailies are published in languages other than English or French: in 1979, the ethnic press in Canada published in 33 different languages. The distribution of circulation by language is presented in Text Table IX.

Text Table X shows the total circulation per issue for non-dailies as well as the changes in circulation from 1978 to 1979. Total circulation increased by 2.9%. The Yukon and British Columbia recorded the highest increase in total circulation of non-dailies with 24.1% and 31.1% respectively. The number of non-daily newspapers also increased there: from one to two in the Yukon, and from 152 to 174 in British Columbia.

Il y a un grand nombre de publications en langues autres que l'anglais et le français étant donné le nombre de groupes ethniques: en 1979, la presse ethnique au Canada publiait en 33 langues différentes. Le tableau explicatif IX fait la répartition du tirage selon la langue de publication.

Le tableau explicatif X présente le tirage total par numéro des non-quotidiens, ainsi que les variations de 1978 à 1979. Le tirage total a augmenté de 2.9 %. Celui des non-quotidiens du Yukon et de la Colombie-Britannique a augmenté de façon marquée, soit de 24.1 % et de 31.1 % respectivement. Le nombre de non-quotidiens a aussi augmenté à ces deux endroits: de un à deux au Yukon, et de 152 à 174 en Colombie-Britannique.

TEXT TABLE X. Change of Non-dailies Circulation per Issue, 1978 - 79

TABLEAU EXPLICATIF X. Variation du tirage par numéro des non-quotidiens, 1978 - 79

Province or territory Province ou territoire	Total circulation per issue Tirage total par numéro		Percentage change
			Variation en pourcentage
	1978	1979	
	thousands - milliers		%
Newfoundland - Terre-Neuve	56.6	58.1	2.6
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	15.0	13.4	- 10.7
Nova Scotia - Nouvelle-Ecosse	197.6	158.9	- 19.5
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	144.8	139.1	- 3.9
Québec	4,822.1	4,656.4	- 3.4
Ontario	4,182.9	4,302.8	2.9
Manitoba	430.0	419.2	- 2.5
Saskatchewan	448.6	452.3	0.8
Alberta	1,050.7	1,073.9	2.2
British Columbia - Colombie-Britannique	1,415.2	1,854.7	31.1
Yukon	8.9	10.9	22.5
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	22.7	23.4	3.1
Canada	12,795.0	13,163.3	2.9

TEXT TABLE XI. Non-daily Newspapers; Circulation Analysis by Province, 1979

TABLEAU EXPLICATIF XI. Non-quotidiens; analyse du tirage selon la province, 1979

Province or territory Province ou territoire	Popu- lation	Number of non- dailies	Total circu- lation	Average circu- lation	Circulation per 1,000 population
		Nombre de non- quoti- diens	Tirage total	Tirage moyen	Tirage par 1,000 ha- bitants
	thousands milliers		thousands milliers		number nombre
Newfoundland - Terre-Neuve	573.7	14	58.1	4.2	101
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	123.0	4	13.4	3.3	109
Nova Scotia - Nouvelle-Ecosse	847.7	30	158.9	5.3	188
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	700.9	24	139.1	5.8	199
Québec	6,283.7	235	4,656.4	19.8	741
Ontario	8,503.3	475	4,302.9	9.1	506
Manitoba	1,302.0	75	419.2	5.6	322
Saskatchewan	959.0	97	452.3	4.7	472
Alberta	2,012.0	133	1,073.9	8.1	534
British Columbia - Colombie-Britannique	2,569.9	174	1,854.7	10.7	722
Yukon	21.7	2	10.9	5.5	502
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	43.7	7	23.4	3.3	535
Canada	23,670.8	1,270	13,163.3	10.4	556

The per capita circulation, presented in Text Table XI, provides a good indication of the popularity of non-daily newspapers in Canada. Again, it can be seen that Quebec has the largest circulation probably because of the exceptional circulation of weekend tabloids. These figures are even more significant when compared to the per capita circulation figures for daily newspapers. On the whole, the national circulation of non-dailies is more than twice that of dailies,

Le tirage par habitant, révélé au tableau explicatif XI, donne une bonne indication de la popularité des non-quotidiens au Canada. Encore ici, on remarque le fort tirage démontré par le Québec, attribuable sans doute au tirage remarquable des tabloïds de fin de semaine. Mais ces chiffres sont plus révélateurs quand ils sont comparés au tirage par habitant des quotidiens. De façon générale, le tirage national des non-quotidiens est plus que le double de celui des quotidiens, soit 556 non-quotidiens par 1,000 habitants contre

that is 556 per 1,000 population for non-dailies compared to 227 for dailies. The Atlantic provinces, except Newfoundland, recorded a larger per 1,000 population circulation for dailies than for non-dailies as opposed to Quebec, Ontario, the Western provinces, the Yukon and Northwest Territories. Quebec provides the most striking example with the smallest per 1,000 circulation (168 copies per 1,000 population) for dailies and the largest per 1,000 circulation (741 copies per 1,000 population) for non-dailies.

A demographic analysis of the non-daily newspaper circulation figures shown in Text Table XII, indicates that Montréal (1.16 copies per capita), Vancouver (.98) and Toronto (.74) have the largest circulation. The high circulation figures in these large urban centres can be attributed, among other things, to the ethnic and student newspapers. Indeed, these three cities have large ethnic communities and each has at least two universities. Montréal's per capita circulation of 1.16 non-dailies does not necessarily mean that all Montrealers read them. They have the choice of buying one or more of the thirteen French-language weekend tabloids published there which, as indicated earlier, have the largest average circulation. The weekend tabloids are therefore responsible for Montréal's large per capita circulation.

According to Maclean-Hunter estimates, non-daily newspaper advertising revenue was \$142 million in 1979, up 11% from the previous year. As indicated in Text Table VII in the previous section, non-daily advertising represented 10% of all advertising in the written media. Therefore, non-daily advertising did not increase significantly: the advertising revenue increased by 11% between 1978 and 1979 but the total advertising revenue of daily newspapers, non-daily newspapers and periodicals also increased by 11% during that year.

227 quotidiens. Les provinces de l'Atlantique, sauf Terre-Neuve, démontrent un tirage par habitant plus élevé pour les quotidiens que pour les non-quotidiens. Par contre, le Québec, l'Ontario, les provinces de l'Ouest, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest démontrent tous le contraire. L'exemple le plus frappant est celui du Québec. Son tirage par habitant pour les quotidiens est presque le plus minime au Canada (168 exemplaires par 1,000 habitants) tandis que celui des non-quotidiens est le plus élevé, à 741 par 1,000 habitants.

Le tableau explicatif XII nous permet de faire l'analyse démographique du tirage des non-quotidiens. Les plus forts tirages sont ceux de Montréal (1.16 exemplaire par habitant), Vancouver (.98) et Toronto (.74). Puisque ces villes sont de grosses agglomérations urbaines, le tirage élevé peut être attribué, entre autres, aux journaux ethniques et étudiants; ces trois villes comptent d'importantes communautés ethniques et ont chacune au moins deux universités. Le tirage attribué aux non-quotidiens de Montréal indique 1.16 non-quotidien par habitant, ce qui ne veut pas nécessairement dire que tous les Montréalais les lisent. Puisque les treize tabloïds de fin de semaine francophones sont publiés à Montréal, les Montréalais ont le choix d'en acheter plus d'un. Comme nous l'avons déjà souligné, ce sont ces publications qui récoltent le tirage moyen le plus élevé. Les tabloïds de fin de semaine sont donc responsables de ce haut tirage par habitant à Montréal.

Les recettes au titre de la publicité des non-quotidiens ont atteint \$142 millions en 1979, soit une augmentation de 11 % par rapport à l'année précédente (selon les estimations de Maclean-Hunter). Comme l'indique le tableau explicatif VII de la section précédente, la publicité véhiculée par les non-quotidiens représente 10 % de toute la publicité attribuée aux média écrits. Toute proportion gardée, la publicité dans les non-quotidiens n'augmente pas en importance: les recettes ont augmenté de 11 % entre 1978 et 1979 mais les recettes totales de la publicité des quotidiens, non-quotidiens et périodiques ont également augmenté de 11 % pendant cette année.

TEXT TABLE XII. Breakdown of Non-daily Newspapers Per Capita Circulation by Metropolitan Areas, 1979

TABLEAU EXPLICATIF XII. Répartition du tirage par habitant des non-quotidiens selon les régions métropolitaines, 1979

Province and metro area	Circulation per 1,000 population
Province et région métropolitaine	Tirage par 1,000 habitants
Newfoundland – Terre-Neuve:	
St. John's	34
Outside metro area – À l'extérieur de la région métropolitaine	125
Total	102
Prince Edward Island – Île-du-Prince-Édouard:	
Total	109
Nova Scotia – Nouvelle-Écosse:	
Halifax	132
Outside metro area – À l'extérieur de la région métropolitaine	214
Total	188
New Brunswick – Nouveau-Brunswick:	
St. John	51
Outside metro area – À l'extérieur de la région métropolitaine	229
Total	199
Québec:	
Chicoutimi - Jonquière	672
Montréal	1,165
Québec	217
Outside metro areas – À l'extérieur des régions métropolitaines	420
Total	741
Ontario:	
Hamilton	421
Kitchener	284
London	398
Oshawa	719
Ottawa - Hull	175
St. Catharines	105
Sudbury	316
Thunder Bay	369
Toronto	743
Windsor	304
Outside metro areas – À l'extérieur des régions métropolitaines	469
Total	506
Manitoba:	
Winnipeg	411
Outside metro area – À l'extérieur de la région métropolitaine	401
Total	407
Saskatchewan:	
Regina	43
Saskatoon	613
Outside metro areas – À l'extérieur des régions métropolitaines	549
Total	472
Alberta:	
Calgary	606
Edmonton	373
Outside metro areas – À l'extérieur des régions métropolitaines	599
Total	534
British Columbia – Colombie-Britannique:	
Vancouver	984
Victoria	271
Outside metro areas – À l'extérieur des régions métropolitaines	546
Total	722
Yukon:	
Total	505
Northwest Territories – Territoires du Nord-Ouest:	
Total	540
Canada:	
Metropolitan areas – Régions métropolitaines	656
Outside metro areas – À l'extérieur des régions métropolitaines	433
Total	556

PERIODICALS

Periodicals are classified into eight categories:

consumer magazines
roto magazines
religious publications
ethnic publications
farm publications
the business press (trade publications)

TV guides
directories.

A few changes have been incorporated in this year's study. TV guides, which were previously included under the category of roto magazines when distributed as part of a daily newspaper or under the category of magazines when published independently, are now considered a separate category whether they are distributed along with weekend newspapers, sold separately or home delivered free of charge. Another new category includes all directories published in Canada, such as *Le Bottin Vert* and the *Yellow Directory*, which formerly came under the category of consumer magazines. Finally, farm magazines have been made a separate category from business publications. Despite the introduction of new categories in the 1979 classification of periodicals, comparison of total 1979 and 1978 circulation data is still possible.

The periodical industry flourished in 1979 with a 7.1% increase in the number of periodicals over 1978. Total circulation was 55 million in 1979, up 3.9% from the previous year, and average circulation per issue was 53,460, up 4.9% in one year. In 1978, the number of publications had increased by 9%, total circulation by 13% and average circulation by 5%. This series of increases for two consecutive years indicates a healthy and sustained growth in the periodical industry.

The advertising revenue figures presented in Text Table XIII provide further evidence of the growth of the periodical industry in Canada. Periodical advertising revenue increased 15.4% between 1978 and 1979. The largest increases were recorded by consumer magazines (20.8%) and roto magazines (18.2%). Advertising revenue is a good indicator of the health of the industry since the survival of periodicals is directly dependent on the advertising they are able to attract and carry. The larger the readership of a periodical, the keener the interest of advertisers to purchase advertising space in that periodical.

LES PÉRIODIQUES

La classification des périodiques regroupe huit genres de publications:

les revues d'intérêt général (magazines)
les suppléments de fin de semaine
les publications religieuses
les publications ethniques
les revues agricoles
les publications spécialisées (revues techniques et professionnelles)
les guides de télévision
les annuaires.

Quelques changements ont été incorporés à l'étude de cette année, comparativement aux études des années passées. Auparavant, les guides de télévision étaient regroupés dans la catégorie des suppléments de fin de semaine s'ils étaient distribués avec un quotidien, ou dans la catégorie des magazines s'il s'agissait d'une publication indépendante. Pour la publication de cette année, les guides de télévision forment une catégorie à part, qu'ils soient distribués avec les journaux de fin de semaine, vendus à l'étalage ou distribués gratuitement à domicile. Une autre nouvelle catégorie regroupe les annuaires publiés au Canada, tels le *Bottin Vert* et le *Yellow Directory*; auparavant, ces publications se retrouvaient dans la catégorie des revues d'intérêt général (magazines). Enfin, les revues agricoles sont maintenant séparées des publications spécialisées. Malgré l'addition de ces nouvelles catégories dans la classification des périodiques de 1979, il est possible de comparer les données de tirage total de cette année à celles de 1978; en effet, les mêmes périodiques sont à l'étude, mais ils sont regroupés différemment.

L'année 1979 fut assez dynamique pour l'industrie des périodiques, marquée par une augmentation de 7.1 % dans le nombre de titres par rapport à l'année 1978. Le tirage total par numéro s'est chiffré à 55 millions d'exemplaires, soit une augmentation de 3.9 % comparativement à l'année précédente. Quant au tirage moyen par périodique, il se situe à 53,460 exemplaires par numéro, soit une augmentation de 4.9 % en une année. En 1978, nous avons relevé des augmentations de 9 % dans le nombre de titres, 13 % pour le tirage total, et 5 % pour le tirage moyen. Ces séries d'augmentations pour deux années successives semblent indiquer une croissance saine et soutenue de l'industrie des périodiques.

Une autre indication de la croissance de l'industrie des périodiques au Canada est donnée au tableau explicatif XIII, indiquant les recettes au titre de la publicité. Entre 1978 et 1979, les recettes publicitaires des périodiques ont augmenté de 15.4 % au total. Les plus fortes augmentations ont été enregistrées par les revues d'intérêt général (20.8 %) et par les suppléments de fin de semaine (18.2 %). Les recettes publicitaires sont une bonne indication de la santé de l'industrie puisque les périodiques survivent presque uniquement grâce à la publicité qu'ils peuvent attirer et véhiculer. Plus le public d'un périodique est nombreux, plus les annonceurs sont intéressés à y acheter des espaces publicitaires.

TEXT TABLE XIII. Advertising Revenues of Periodicals, 1978 - 79

TABLEAU EXPLICATIF XIII. Recettes des périodiques au titre de la publicité, 1978 - 79

Type	Revenues ¹ – Recettes ¹		Change
Catégorie	1978	1979	Variation
	\$000,000		%
Consumer magazines – Revues d'intérêt général	82.8	100.0	20.8
Weekend supplements – Suppléments de fin de semaine	20.3	24.0	18.2
Religious magazines – Publications religieuses	8.0	8.5	6.2
Farm magazines – Revues agricoles	12.5	13.1	5.0
Trade magazines – Publications spécialisées	59.0	65.0	10.2
Directories – Annuaire	182.0	210.0	15.4
Total	364.6	420.6	15.4

¹ Maclean-Hunter Research Bureau's estimates.

¹ Estimations du Bureau de recherche de la société Maclean-Hunter.

TEXT TABLE XIV. Total and Average Circulations of Periodicals, Per Issue, 1979

TABLEAU EXPLICATIF XIV. Tirage total et moyen, par numéro, des périodiques, 1979

Type	Number of periodicals	Total circulation	Average circulation
Catégorie	Nombre de périodiques	Tirage total	Tirage moyen
		thousands – milliers	
Consumer magazines – Revues d'intérêt général	279	26,910.9	96.5
Roto magazines – Suppléments de fin de semaine	5	8,551.6	1,710.3
Religious magazines – Publications religieuses	27	876.8	32.5
Ethnic magazines – Publications ethniques	25	174.6	7.0
Farm magazines – Revues agricoles	77	2,297.3	29.9
Trade magazines – Publications spécialisées	537	7,233.0	13.5
TV guides – Guides de télévision	29	6,150.9	212.1
Directories – Annuaire	52	2,922.1	56.2
Total	1,031	55,117.2	53.5

Total and average circulation per issue by category of periodical can be seen in Text Table XIV. Although the average circulation per periodical compiled for the total number of periodicals is 53,500, this figure conceals significant discrepancies: the average circulation of business publications is 13,500 copies per issue compared to 1.7 million for roto magazines. The method of distribution and the content of periodicals have a significant effect on their circulation. For example, business magazines which address an audience interested in business topics have a more limited readership. On the other hand, roto magazines are general content magazines likely to interest a large and diversified audience; furthermore, they are distributed on weekends

Le tableau explicatif XIV indique les tirages totaux et moyens de chaque genre de périodique, par numéro. Alors que le tirage moyen par périodique compilé pour l'ensemble des périodiques est de 53,500 exemplaires, ce chiffre cache de larges écarts; ainsi les publications spécialisées ont un tirage moyen de 13,500 exemplaires par numéro tandis que les suppléments de fin de semaine en ont un de 1.7 million d'exemplaires par numéro. Les méthodes de distribution des périodiques ainsi que le sujet traité influencent beaucoup le tirage d'un périodique donné. Par exemple, les publications spécialisées, de par leur sujet d'étude, s'adressent à un auditoire intéressé à ce sujet et, par conséquent, assez restreint. Par contre, les suppléments de fin de semaine sont des revues à contenu général pouvant intéresser un public large et varié; de plus, ils sont distribués avec les

along with the daily newspapers and thus reach the regular daily subscribers. The variety of content and ease of access explain the large circulation for this type of periodical.

A comparison can be drawn between Text Tables XIII and XIV. Indeed, each type of periodical is aimed at a different market which affects the circulation of the publication as well as the advertising it is able to attract. For example, consumer magazines which address a broad and diversified audience are able to attract a large number and variety of advertisers. Accordingly, the large total circulation of these magazines (almost 27 million copies per issue for all periodicals) attracted \$100 million in advertising revenue in 1979. On the other hand, religious publications, which have a limited market of 876,776 copies per issue, earned only \$8.5 million in advertising revenue. Because of their specific nature and content, they lack the general attraction of consumer magazines or roto magazines. Directories are a special case in terms of advertising. Their advertising revenue, according to Text Table XIII, was \$210 million or 50% of the total advertising revenue earned by all periodicals. Yet, their total circulation was only 2.9 million or 5% of the total circulation of all periodicals. This large share of the total advertising revenue is due to the fact that directories are usually annual publications which list members of a profession, or companies providing a specific type of service. These publications therefore carry a lot of advertising purchased by the persons or organizations that are listed in them. Finally, periodicals accounted for 30% of all the advertising carried in the written media, compared to 60% for daily newspapers and 10% for non-daily newspapers (see Text Table VII, in the first section).

The total circulation of 55,117,200 periodicals per issue produced a per 1,000 population circulation of 2,340 per issue. Text Table XV shows the distribution of the total circulation and the per 1,000 population circulation of periodicals for each province. This ratio ranges from 100 copies per 1,000 population in Newfoundland and New Brunswick to 4,070 in Ontario. According to this data, it would seem that Ontarians read more periodicals than other Canadians. However, there are other factors which could artificially raise the per capita circulation figure for Ontario such as special areas like the Ottawa-Hull region where Quebecers and Ontarians travel regularly from one province to the other (some even on a daily basis). It is therefore very likely that a large number of the periodicals sold in Ontario are bought by Quebecers.

As for language of publication, periodicals are published in four different ways: in English, in French, in bilingual format or in other languages. According to the language data presented in Text

journaux quotidiens aux fins de semaine, et rejoignent ainsi tous les abonnés de ces quotidiens. Cette variété de contenu et son accessibilité simple expliquent le fort tirage démontré par ce genre de périodique.

On pourrait tracer un parallèle entre les tableaux explicatifs XIII et XIV. En effet, chaque type de périodique s'adresse à un marché différent et celui-ci affecte le tirage de la publication et la quantité de publicité qu'elle attire. Par exemple, puisque les revues d'intérêt général s'adressent à un large auditoire diversifié, elles peuvent véhiculer beaucoup de publicité, et d'annonceurs, différents. Donc, le tirage total élevé de ces revues (presque 27 millions d'exemplaires par numéro pour l'ensemble des périodiques) a attiré \$100 millions en publicité en 1979. Par contre, les publications religieuses ayant un marché limité de 876,776 exemplaires par numéro, elles ont attiré seulement \$8.5 millions de publicité. Puisque ces publications traitent d'un sujet spécifique, elles n'ont pas l'attrait généralisé des revues d'intérêt général ou des suppléments de fin de semaine. La catégorie des annuaires constitue un cas spécial en termes de publicité. Selon les données présentées au tableau explicatif XIII, les recettes publicitaires attribuées aux annuaires atteignent \$210 millions, ou 50 % du total des recettes au titre de la publicité pour tous les périodiques; pourtant, leur tirage total n'est que de 2.9 millions d'exemplaires, ou 5 % du tirage de tous les périodiques. Cette forte proportion de recettes publicitaires tient du fait que les annuaires sont des ouvrages habituellement annuels, établissant une liste des membres d'une profession par exemple, ou des compagnies offrant un certain genre de service. Ces ouvrages véhiculent donc beaucoup de publicité payée par les individus ou les organismes qui s'y annoncent. Enfin, la publicité véhiculée par les périodiques compte pour 30 % de toute la publicité attribuée aux média écrits, comparativement à 60 % pour les journaux quotidiens et 10 % pour les journaux non-quotidiens (voir le tableau explicatif VII de la première section).

Le tirage total par numéro de 55,117,200 exemplaires produit un tirage par 1,000 habitants de 2,340 par numéro. Le tableau explicatif XV fait la ventilation des tirages totaux et des tirages par habitant pour chaque province. Les tirages par habitant s'échelonnent de 100 exemplaires par 1,000 habitants à Terre-Neuve et au Nouveau-Brunswick jusqu'à 4,070 exemplaires en Ontario. D'après ces données, on serait porté à conclure que les Ontariens lisent plus de périodiques que les autres Canadiens. Cependant, il faut tenir compte d'autres facteurs qui pourraient artificiellement hausser le tirage par habitant de l'Ontario. Par exemple, la région d'Ottawa-Hull présente une situation particulière où Québécois et Ontariens voyagent régulièrement (plusieurs même quotidiennement) d'une province à l'autre. Il est donc fort probable qu'un bon nombre des périodiques vendus en Ontario soient achetés par les Québécois.

Quant à la langue de publication, les périodiques sont publiés de quatre façons différentes: soit en anglais, en français, en format bilingue ou en d'autres langues. Les données sont présentées au tableau explicatif XVI. Ce sont

Language	Number of periodicals		Total circulation		Average circulation
Langue	Nombre de périodiques		Tirage total		Tirage moyen
		per cent	thousands	per cent	thousands
		pourcentage	milliers	pourcentage	milliers
English – Anglais	811	79	41,678.9	76	51.4
French – Français	139	13	7,237.5	13	52.1
Bilingual (English - French) – Bilingue (anglais - français)	52	5	6,003.5	11	115.5
Other – Autres	29	3	197.3	--	6.8
Total	1,031	100	55,117.2	100	53.5

The roto magazine industry underwent some changes in 1979. Because the industry is made up of only five publications, any birth or closure has a significant impact on the entire industry. Two English-language roto magazines changed radically in 1979: *The Canadian* distributed with the Southam dailies and the *Weekend Magazine* published by the FP group ceased to operate independently by merging to form *The Canadian Weekend* which first appeared on October 27, 1979.

Maclean-Hunter estimated in 1977 that roto magazine advertising revenue would reach \$24 million in 1978. The actual figure for 1978 was only \$20.3 million, also according to Maclean-Hunter. This figure is consistent with the downward trend in advertising revenue which began in 1972 when it was \$25.9 million. However, the roto magazine advertising revenue for 1979 has been estimated at \$24 million, reversing the downward trend of recent years. Text Table XVII provides an overview of the situation for the past few years. Because roto magazines are distributed with daily newspapers, they have very little sales revenue and rely heavily on their advertising revenue.

L'industrie des suppléments de fin de semaine a subi quelques changements pendant l'année 1979. Mais dans une industrie où le nombre total de publications n'est que de cinq, chaque création ou disparition a un impact immanquable sur l'industrie entière. Deux suppléments de fin de semaine d'expression anglaise ont subi un changement radical en 1979: *The Canadian*, distribué avec les quotidiens Southam, et le *Weekend Magazine*, une publication du groupe FP, ont cessé leurs activités indépendantes pour s'unir. Le résultat, *The Canadian Weekend*, est une combinaison des deux et est apparu le 27 octobre 1979.

En 1977, la société Maclean-Hunter estimait que les recettes au titre de la publicité des suppléments de fin de semaine atteindraient \$24 millions pour l'année 1978. En réalité, elles n'ont été que de \$20.3 millions, ce chiffre étant également un estimé de Maclean-Hunter. Ces chiffres continuent donc la tendance de diminution des recettes publicitaires commencée en 1972, alors qu'elles se chiffraient à \$25.9 millions. Pour l'année 1979, les recettes publicitaires estimées des suppléments de fin de semaine sont de \$24 millions, ce qui renverse la tendance des années précédentes. Le tableau explicatif XVII donne un aperçu de la situation au cours des dernières années. Étant donné que les suppléments de fin de semaine sont distribués avec les quotidiens, ils ne reçoivent que peu de revenus de ventes et dépendent beaucoup de la publicité qu'ils peuvent attirer.

TEXT TABLE XVII. Advertising Revenues of Roto Magazines, 1972 to 1979

TABEAU EXPLICATIF XVII. Recettes publicitaires des suppléments de fin de semaine, 1972 à 1979

1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
thousands of dollars — milliers de dollars							
25,938	23,348	23,656	23,134	25,790	21,457	20,300 ¹	24,000 ¹

¹ Maclean-Hunter Research Bureau's estimates.

¹ Estimations du Bureau de recherche de la société Maclean-Hunter.

It is difficult to determine the number of scholarly or religious publications with accuracy. CARD lists only those publications which carry advertising; since most of these are non-profit publications, they carry little or no advertising space. Because of this, scholarly and religious publications are largely subenumerated in the CARD index. For example, the five publications listed in the CARD index are all published by the University of Toronto press. There undoubtedly exist journals published by other universities across Canada. Last year, we contacted forty universities to determine the number of scholarly journals they publish. We estimated the number of these publications at 196, their total circulation at 199,000 and their average circulation at 1,000 per issue. Although these are estimates, the figures are probably more representative of the actual situation than the CARD index. The circulation

Il est assez difficile de connaître avec certitude le nombre de publications religieuses ou savantes. Le CARD ne liste que les publications sollicitant la publicité nationale; comme la plupart de ces revues sont à but non lucratif, elles n'offrent que peu ou pas d'espace publicitaire. À cause de cette absence de publicité, les publications savantes et religieuses sont largement sous-dénombrées dans le CARD. Par exemple, les cinq publications savantes inscrites au CARD sont toutes publiées par les presses de l'Université de Toronto. Il existe certainement des publications provenant d'autres universités à travers le Canada. L'année dernière, nous avons rejoint quarante universités afin d'estimer le nombre de publications savantes qu'elles publient. Nos estimés étaient de 199,000 exemplaires comme tirage total de 196 publications, donc un tirage moyen de 1,000 par publication. Bien qu'ils soient des estimés, ces chiffres sont probablement plus représentatifs de la réalité que les seules inclusions du CARD. Les chiffres de tirage des publications savantes ne sont pas inclus

figures for scholarly publications are not included in the text tables because we deemed it preferable not to include actual and estimated figures in the same table.

The business press is probably the most dynamic sector of the entire periodical industry. Business publications address a specific field associated with a profession or occupation and therefore have a relatively limited audience. The range of subjects discussed in this type of publication is very broad, ranging from art management to electronic communication to apiculture. The list of business publications is longer than that of any other type: in fact, the 537 business publications represent 52% of all the periodicals sold in Canada. However, their total circulation accounts for only 13% of the total circulation of all periodicals and their average circulation of only 13,500 per issue is due to their limited readership which is deliberately sought. The advertising revenue of business publications was \$65 million in 1979, up 10.2% from 1978. This figure may seem somewhat high considering their small average circulation. The reason is that advertisers find it more profitable to address a specific audience defined by the publication's field of specialty. Advertisers specializing in a specific field advertise only in publications which specialize in the same field.

Consumer magazines command 49% of the total periodical circulation with a circulation of almost 27 million copies per issue. This type of periodical is clearly the most popular with the reading public. As opposed to business publications whose content is of interest to a specific profession or occupation, consumer magazines diversify their content while maintaining a general theme. *Chatelaine*, *Maclean's* and sports magazines fall into this category. Because of their variety of content and large readership, consumer magazines are able to earn a considerable amount of advertising revenue. Maclean-Hunter has estimated their 1979 advertising revenue at \$100 million, an increase of 20.8% over 1978. This is the highest increase recorded by any type of periodical between 1978 and 1979, as indicated in Text Table XIII. These advertising revenue figures seem to show a favourable growth trend in the consumer magazine industry.

Finally, American periodicals have found a choice market in Canada because of the similarity in language and lifestyle. The data on the circulation of American magazines is taken from the *ABC Blue Book* and is therefore limited to the publishers' statements. Several periodicals do not provide their Canadian export figures. Therefore, the figures shown in Text Table XVIII are incomplete having been compiled for only three types of periodicals rather than eight as in the case of Canadian periodicals. Because of this, comparisons between circulation

dans les tableaux de ce rapport car nous avons cru meilleur de ne pas confondre chiffres réels et chiffres estimés dans un même tableau.

Les publications spécialisées constituent probablement le secteur le plus dynamique de toute l'industrie des périodiques. Une publication spécialisée s'intéresse à un domaine particulier, rattaché à une profession ou occupation, et donc à une clientèle assez restreinte. Les sujets touchés par ce genre de publication sont donc extrêmement divers: de la gestion des arts à la communication électronique, en passant par la culture des abeilles. Ce genre de publication compte plus de titres différents que tous les autres genres; en fait, les 537 publications spécialisées forment 52 % de tous les périodiques vendus au Canada. Leur tirage total, par contre, n'est que 13 % du tirage de tous les périodiques. La clientèle limitée est assez recherchée, tel que démontré par le tirage moyen par périodique qui n'atteint que 13,500 exemplaires par numéro. Les recettes publicitaires des publications spécialisées ont atteint \$65 millions en 1979, soit une augmentation de 10.2 % par rapport à l'année 1978. Ce chiffre peut paraître un peu excessif en raison du faible tirage moyen. La raison en est que les annonceurs trouvent plus avantageux de vendre leur publicité à un public spécifique et défini par le domaine de spécialisation de la revue. Un annonceur spécialisé dans un domaine fait donc de la publicité seulement dans les revues consacrées à ce même intérêt.

Les revues d'intérêt général commandent 49% du tirage total des périodiques en atteignant presque 27 millions d'exemplaires par numéro. Ce genre de périodique est donc facilement le plus populaire auprès du public lecteur. Contrairement aux publications spécialisées dont le domaine d'intérêt est rattaché à une occupation quelconque, les publications d'intérêt général diversifient leur contenu tout en le maintenant centré autour d'un thème général. Les revues dans le genre de *Chatelaine*, *Maclean's* et les revues sportives sont incluses dans cette catégorie. Grâce à la diversité des sujets et au grand nombre de lecteurs, les revues d'intérêt général peuvent attirer un montant considérable de revenus publicitaires. En 1979, Maclean-Hunter estime qu'ils se chiffraient à \$100 millions, une augmentation de 20.8 % par rapport à l'année 1978. Cette augmentation est la plus forte qui ait été enregistrée par un genre de périodique entre 1978 et 1979, tel qu'indiqué au tableau explicatif XIII. D'après ces données sur les recettes au titre de la publicité, les revues d'intérêt général semblent être dans une situation favorable à leur expansion.

Finalement, les périodiques américains trouvent un marché de choix au Canada à cause de la similarité de la langue et du mode de vie. Les données sur le tirage de revues américaines au Canada proviennent de l'*ABC Blue Book* et sont donc limitées aux déclarations des éditeurs qui s'y trouvent. Plusieurs périodiques ne fournissent pas leur chiffre d'exportation au Canada. Les chiffres présentés au tableau explicatif XVIII sont conséquemment incomplets et ne prennent en ligne de compte que trois genres de périodiques plutôt que huit comme c'est le cas pour les périodiques canadiens. À cause de cette situation, toute comparaison

TEXT TABLE XVIII. Total and Average Circulations, Per Issue, of American Periodicals in Canada, 1979

TABLEAU EXPLICATIF XVIII. Tirages total et moyen, par numéro, des périodiques américains distribués au Canada, 1979

Type	Number	Total circulation	Average circulation
Catégorie	Nombre	Tirage total	Tirage moyen
		thousands – milliers	
Consumer magazines – Revues d'intérêt général	340	11,169.3	32.9
Religious magazines – Publications religieuses	8	8.6	1.1
Farm magazines – Revues agricoles	35	10.2	0.3
Total	383	11,188.1	29.2

figures for Canadian and American periodicals must be made with reservation and caution.

An estimate based on Statistics Canada figures, published in *Imports by Commodities* (Catalogue 65-007) of December 1979, reveals that the value of American magazines and periodicals imported into Canada reaches \$295,190,000.¹ This figure includes **all** imported American periodicals, whereas our circulation figures refer only to those reported in the *ABC Blue Book*; therefore, the sales figure should not be compared to the circulation figure.

¹ Value at point of entry multiplied by 1.25 to reflect value at first point of sale.

entre les chiffres de tirage des périodiques canadiens et américains doit être faite avec réserve et précaution.

Une estimation fondée sur les chiffres publiés par Statistique Canada dans *Importations par marchandises* (n° 65-007 au catalogue), décembre 1979, révèle que la valeur des importations des revues et périodiques américains vendus au Canada s'élève à \$295,190,000¹. Ce chiffre inclut **tous** les périodiques américains importés, alors que nos chiffres de tirage ne se rapportent qu'aux périodiques mentionnés dans l'*ABC Blue Book*. Pour cette raison, les chiffres de ventes ne sont pas comparables aux chiffres de tirage.

¹ Valeur au point d'entrée multipliée par 1.25 pour refléter la valeur au premier point de vente.

